

Montserrat Cachero Vinuesa

**Redes mercantiles en los inicios
del comercio atlántico.
Sevilla entre Europa y América, 1520-1525**

El concepto de redes ha sido aplicado en los últimos veinte años a una variedad de campos, tales como la sociología, la economía, la historia o los estudios de la organización de la empresa. Es fácil encontrar congresos, revistas o monografías que responden en exclusividad a esta temática. A pesar de cierto escepticismo y no pocos recelos, es algo comúnmente aceptado que las redes juegan un papel trascendental en la explicación de las relaciones sociales, económicas, políticas e incluso culturales. Son un elemento imprescindible para el análisis de la actividad económica en cualquier época y lugar. Sin embargo, el hecho de que las redes sean instrumento y objeto de análisis simultáneamente ha generado conflictos, lo cual me ha llevado a cuestionarme si realmente sabemos qué es una red, cómo funciona y si conocemos su precisión como elemento metodológico (Dutta/Jackson 2002).

En un sentido estrictamente matemático, una red está formada por una serie de elementos conectados, directa o indirectamente; no obstante, en el plano socioeconómico, las redes se pueden considerar como elementos de coordinación y gobierno (Thompson 2003: 2), que dan forma y regulan las interacciones entre los sujetos. En economía son empleadas como elementos para reducir el riesgo y controlar la inversión; de esta forma, en escenarios con elevado grado de incertidumbre las redes sociales son básicas para llevar a cabo las transacciones comerciales. Estamos ante una condición necesaria, pero no suficiente, puesto que la existencia de esta estructura creada por vínculos personales no garantiza el buen funcionamiento del negocio. La red facilita el control del resto de los participantes en un negocio, dado que la existencia de lazos personales contribuye a disminuir la probabilidad de comportamientos oportunistas y ésta es precisamente la principal utilidad de las redes. La anterior afirmación no implica que el resultado de las transacciones sea el esperado por los agentes eco-

nómicos. El papel de la red es el de disminuir los riesgos, no eliminarlos.

1. Confianza

Los miembros de una red no sólo están conectados, sino que están relacionados, y de estas relaciones nace la confianza. La confianza, en definitiva, es el resultado de dos elementos: la aparición de vínculos personales y la reputación; es, además, el principio que sustenta la red y debe ser reforzada constantemente. No obstante, la adquisición de la necesaria confianza no es gratuita, sino que conlleva un coste en términos de tiempo y esfuerzo.

En el comercio a larga distancia, la confianza no es un factor clave sino imprescindible. La dificultad para el control de las inversiones aumenta cuando existe distancia geográfica, esto es incluso más notable antes de la revolución de los transportes cuando las distancias geográficas eran aún mayores, dada la dificultad en las comunicaciones. Esta circunstancia explica por qué la elección de los socios o de los factores era un proceso tan delicado, en el que el elemento de la confianza tenía un papel primordial. Expresiones como *criado* o *mayordomo*, sinónimos ambas de *hombre de confianza*, eran utilizadas con frecuencia en la documentación mercantil de los siglos XVI o XVII, lo cual nos confirma el elevado grado de personalismo en las relaciones comerciales. Este hecho aclararía por qué la mayoría de las compañías tenían carácter familiar o cómo al escoger a los factores primaba el criterio del parentesco o la amistad.

A pesar de lo anteriormente expuesto, la confianza es un arma de doble filo, puesto que las redes son instrumentos altamente inestables y pueden generar comportamientos oportunistas (Baker/Faulkner 2004: 93). En opinión de Granovetter (1985: 495), la confianza también tiene su lado oscuro; en este sentido, el fraude es mucho más fácil de cometer si la víctima conoce al defraudador. Nos planteamos, por tanto, varias interrogantes. ¿Qué ocurre cuando desaparece la confianza que generó y mantuvo la estructura de red? ¿Hasta qué punto son estables las redes mercantiles? ¿Tiene la misma consistencia la red creada en torno a un grupo social que a un negocio? A éstas y a otras cuestiones tratamos de dar respuesta con el caso que analizamos, el de una compañía de mercaderes que, desde Sevilla, controlaban el co-

mercio con los principales puertos americanos a principios del siglo XVI. A pesar de compartir un origen común y formar parte de un mismo grupo, la red queda desarticulada cuando se prevén pérdidas económicas. Con el estudio de este caso, pretendemos demostrar el elevado grado de inestabilidad de las redes, cómo vínculos personales labrados a lo largo de años se rompen cuando el resultado del negocio no es el esperado.

2. El grupo y la red

Una de las pretensiones en nuestro trabajo es intentar demostrar que las relaciones comerciales en la Edad Moderna presentaban un importante componente personalista. No podemos estudiar a los individuos como miembros de un grupo, con una escala de valores y unas pautas de conducta idénticas, sino como agentes económicos independientes cuyo objetivo es la maximización del beneficio. Partimos de la hipótesis que los mercaderes, ya desde el siglo XVI, tienen un comportamiento similar al de empresarios capitalistas, es decir que en el proceso de toma de decisiones existe una racionalidad económica.

Al estudiar las transacciones comerciales, podemos ver a los agentes económicos como miembros de un grupo, o bien, como parte de una red. Como miembros de un grupo: ¿qué tienen en común y qué les diferencia? Lo que les otorga homogeneidad a los actores económicos objeto de nuestro estudio como grupo es su origen común, como burgaleses estantes en Sevilla, judeoconversos y mercaderes, tres características que delimitan claramente un grupo con una serie de valores, normas y reglas acatadas por los miembros. Sin embargo, hay otras circunstancias que los diferencian, como su posición social¹ o su actitud ante otros grupos sociales.

Cabe la posibilidad de que la pertenencia a un grupo les ofreciera una serie de coberturas, como el acceso a la información o los contactos comerciales, políticos o sociales. Hay muchos ejemplos de estudios de casos históricos en los que el formar parte de un grupo reporta

1 En concreto nos referimos a si eran miembros de la aristocracia o de origen más humilde.

una serie de beneficios económicos; baste citar los trabajos relacionados con los gremios o la Liga Hanseática.²

Sin embargo: ¿cuándo deja de tener sentido la fidelidad al grupo? O en otras palabras: ¿hasta cuándo conviene mantenerse como parte de un grupo y cuándo actuar como un *outsider*? Ser parte de una organización siempre tiene costos y beneficios, los individuos se comportarán como partes de un todo mientras esos beneficios superen a los costos. Esta circunstancia se presentaría sobre todo al comienzo, una vez obtenida la información y los contactos necesarios, podría surgir la posibilidad de comportamientos oportunistas; de esta forma, el beneficio obtenido actuando individualmente superaría al del grupo. Formarán parte de un grupo y acatarán sus reglas siempre y cuando la pertenencia al mismo les proporcione una rentabilidad superior a la de actuar aisladamente. Alguien podría señalar acertadamente que el grupo tomaría represalias que podrían pasar desde la exclusión a la sanción, pero ¿qué ocurriría si la posibilidad de castigo no fuera clara? ¿Y si el individuo oportunista no necesitara ya de los contactos del grupo?

2.1 *Un origen común*

Desde la Edad Media comienza a surgir Burgos como una gran metrópoli. El Camino de Santiago, las ferias de Medina del Campo y Villalón, y su condición de capital del reino de Castilla anunciaban la prosperidad de los años posteriores. De esta forma, en el siglo XVI Burgos era la ciudad más rica de Castilla, después de Sevilla. Contaba con una población de 12.000 habitantes, según el censo de González, aunque posteriormente se viese diezmada por las pestes. La reputación y fama de Burgos se basó en el comercio, del cual el producto estrella era la lana alrededor del cual se fraguó el eje Burgos-Brujas-Southampton. Los principales centros de manufacturas textiles, que abastecían a casi la totalidad del mundo occidental, se nutrían mayoritariamente de la preciada materia prima burgalesa.

La carrera de Indias supuso una gran oportunidad a nivel comercial sobre todo para aquellos que, como los mercaderes burgaleses,

2 Destacan los trabajos de Greif (1993) sobre coaliciones de mercaderes en el norte de África. Los gremios, por su parte, son estudiados por Ogilvie/Dessi (2003); para la Liga Hanseática, véase Favier (1998).

contaban con experiencia sobrada en los circuitos internacionales. Para agilizar los negocios americanos, ya desde comienzos del siglo XVI se puede observar un contingente importante de tratantes burgaleses estantes en Sevilla. El eje Burgos-Sevilla-América comenzaba a cobrar la trascendencia que mantendría en años venideros. Burgos sirvió de centro de enlace con las ferias de Medina del Campo en un doble sentido: para abastecer los galeones de la flota que partían para América con productos Europeos y para re-exportar hacia Europa la plata y las materias primas llegadas del Nuevo Mundo. Este comercio triangular aportó a la ciudad castellana mayores beneficios económicos.

De esta forma describía Andrea Navagero, el embajador de Venecia, la ciudad en el año de 1527:

En tierra de Burgos se cría poco vino, y el trigo que se recoge no es bastante, por lo que todo se trae a la ciudad en carros y en mulos; pero no falta nada de lo necesario para la vida y, por ser pueblo muy rico, se venden muchas mercancías que se llevan de todas partes y los mejores vinos de España. La ciudad está bien poblada y hay toda suerte de artes y oficios; viven aquí algunos hijosdalgo y señores que tienen buenos palacios, como el condestable y el del conde de Salinas; pero la mayor parte de los señores son ricos mercaderes que andan en sus tratos no sólo por España, sino por todo el mundo, y tienen aquí buenas casas y viven muy regaladamente, siendo los hombres más corteses y honrados que he visto en toda España y muy amigos de los forasteros.³

Se trataba, por tanto, de una urbe mercantil, donde desde el siglo XIII hay comerciantes extranjeros, sobre todo flamencos e ingleses. No obstante, a partir de los siglos XIV y XV encontramos poderosos linajes autóctonos de mercaderes.

2.2 *Conversos*

La caza de brujas acometida por la Inquisición durante el último cuarto del siglo XV tuvo nefastas consecuencias económicas. Los más destacados miembros de la élite local de origen converso fueron condenados y quemados en la hoguera, algunos de ellos, sin embargo, consiguieron huir. El resultado fue que la mayoría de arrendamientos de las más destacadas ciudades quedaron desiertos; no hay que olvidar que el arrendamiento de las diversas rentas locales había corrido a

3 *Viajes por España y Portugal*, citado en Basas Fernández (1954: 59).

cargo de los conversos, esto ponía en grave peligro el sostenimiento económico de la administración local, de la Iglesia católica e incluso de la Santa Hermandad. Como daños colaterales, cabe destacar la ruptura de las relaciones económicas con los comerciantes extranjeros, dado que ellos mantenían mayoritariamente tratos con los apresados y juzgados mercaderes conversos. En ocasiones los extranjeros perdieron la paga de sus mercancías por causa del Santo Oficio.⁴ Tales fueron las pérdidas económicas que los monarcas tuvieron que llegar a un acuerdo con algunos de los huidos para que retornaran, fueron las denominadas *componendas* que se mantuvieron hasta el reinado de Carlos I. No es necesario señalar que se trataba de acuerdos de motivación monetaria.

Para los monarcas cristianos, por tanto, las relaciones con la comunidad judía eran tensas, había que equilibrar de un lado la necesidad de que permanecieran en la Península por el arrendamiento de rentas y los créditos a la Corona. Pero, por otro lado, la influencia de la Iglesia católica, en el fondo, no era una cuestión de fe sino económica, pues las acusaciones a la comunidad judía versan sobre las negativas a pagar diezmos y contribuciones a la Iglesia y el pecado de la usura (Cantera Burgos 1952: 12-13). Clara es la función de las críticas: el deshacerse de la comunidad judía significaba el acabar con los prestamistas y dejar de devolver capital e intereses, lo cual resultaba tentador a corto plazo. No obstante, a largo plazo, se pone de manifiesto la carencia de racionalidad económica en estas decisiones, puesto que es necesario para el desarrollo de las transacciones comerciales el disponer de mecanismos que faciliten el acceso al crédito.

Lo que estaban imponiendo las autoridades era un mero coste de transacción. La forma de ahorrar o eliminar el coste era la conversión, que en el fondo no era una cuestión de fe sino de ampliación de derechos o desaparición de las limitaciones. Un ejemplo claro de coste de transacción lo tenemos en la legislación promulgada en el año de 1522, cuando la Corona prohibió pasar a las Indias “a ningún nuevamente convertido a nuestra fe católica, de moro o judío, ni sus hijos”

4 En algún caso concreto, los mercaderes apelaron a las autoridades competentes en sus respectivos países, llegando a causar conflictos en el ámbito diplomático, tal fue el caso del inglés Jorge Bulstrode, quien elevó una petición ante la reina consorte Isabel Plantagenet, esposa de Enrique VII e hija mayor y heredera de Eduardo IV; véase Gil (2000-2003, I: 137-139).

(Domínguez Ortiz 1978: 128). Sin embargo, como la mayoría de las normas en el siglo XVI, podía ser eludida si se contaba con los contactos oportunos puesto que era posible conseguir licencia real. Se trata de una limitación, no de una prohibición; el valor del costo asumido es el resultado de sumar el importe necesario para la obtención de la licencia, en términos monetarios, pero también de tiempo y esfuerzos.

2.3 Lo que nos separa: el elemento heterogéneo en el grupo

Un elemento clave es el estudio de las actitudes individuales desarrolladas por los diversos miembros del grupo. En concreto nos referimos a si existe una conciencia cerrada de pertenencia a un grupo restringido donde todas las relaciones desarrolladas tienen carácter interno, o bien, si se entablan vínculos familiares y de amistad con miembros de otros grupos. Es decir: ¿es la endogamia en las relaciones personales un factor clave o por el contrario prima una política de alianzas con otras comunidades?

Es latente el fuerte componente endogámico en el grupo de mercaderes, aunque muchos de ellos optaron por la estrategia de la asimilación de la cultura local y el ascenso social por vía matrimonial. De esta forma, en el siglo XV no era inusual que las ricas familias de mercaderes emparentaran con nobles linajes (Pike 2000: 6). ¿Cuál es el elemento diferencial? Aunque con excepciones, el elemento clave es el origen, si la familia estudiada pertenece a la aristocracia mercantil desarrollará una estrategia matrimonial y social endogámica tratando de emparentar con familias pertenecientes a su mismo grupo. Sin embargo, aquellos linajes burgueses de nuevos ricos presentaban un ansia constante por obtener poder político y social. Algunos ricos mercaderes burgaleses de origen converso casaron a sus hijas con aristócratas (Pike 2000: 31), mientras que las familias de origen converso con antecedentes aristocráticos no emparentaron con la nobleza local.

Por otra parte, una nueva realidad geográfica puede generar nuevos vínculos y grupos, lejos de la Península las normas y reglas del grupo comienzan a difuminarse. Se generan a su vez otros grupos integrados por individuos de distintas nacionalidades, condición social o creencias religiosas. Quizás entre las causas de este fenómeno podríamos citar elementos como la necesidad de socializar, la añoranza o incluso la posibilidad de ascenso social. Sin embargo, llevándolo al

terreno económico existe una razón clave, o sea, la necesidad de obtener el más preciado bien: información.

Podemos concluir afirmando que todos estos individuos pertenecían a un mismo grupo, más que grupo, un núcleo sólido reforzado por relaciones personales, familiares, religiosas, culturales. Pero ¿hasta qué punto podemos hablar de grupos compactos? La teoría de redes nos ofrece un enfoque más general, no se trata del estudio de un grupo como un todo integrado por individuos homogéneos, sino de redes más o menos estables.

3. La compañía y la red mercantil

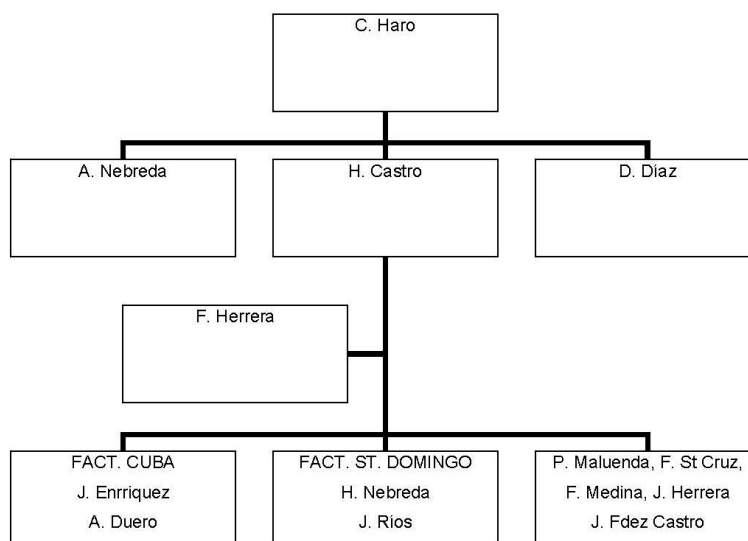
La participación en mercados locales e incluso nacionales requería una serie de habilidades que debían ser desarrolladas previamente, pero el comercio a larga distancia imponía un necesario adiestramiento. La adquisición de capital humano en el siglo XVI era un proceso bien conocido que, con frecuencia, comenzaba en la compañía familiar. Los jóvenes aprendices ocupaban los puestos más bajos en el organigrama empresarial, comenzaban su andanza laboral en las plazas menos importantes y siempre bajo supervisión. En este proceso de adquisición de conocimientos y desarrollo de habilidades, los mercaderes burgaleses tenían gran experiencia (Caunedo del Potro 1983: 39-45).

A pesar del elevado nivel de calificación de los agentes económicos, la participación en el comercio con Indias requería de una organización comercial clara que permitiera un mayor control de la inversión (Martz 2002: 115). La compañía mercantil fue el elemento básico en la gestión comercial ya desde la Edad Media, sin embargo, no podemos limitarnos al sentido jurídico de compañía puesto que no todas quedaban legalmente registradas. Betsabe Caunedo del Potro (1983: 39) ofrece una definición más amplia de compañía. Nos dice que se trataba de “una asociación de diversos mercaderes que aportaban capital para su constitución, del que esperaban rindiese unos beneficios proporcionales al mismo”. Este concepto lleva implícita la existencia de un soporte documental en el que se recogen las obligaciones y derechos de los integrantes de la compañía. El carácter incompleto de las cláusulas de este tipo de contratos se salvaría con la confianza entre

los miembros generada, a su vez, por la reputación o los vínculos personales.

En el caso que analizamos, no existió un contrato de compañía propiamente dicho, aunque en el pleito se menciona un documento firmado ante notario, al que califican de consorcio. No entraremos en el debate sobre la forma legal que adquirirían las relaciones comerciales en el siglo XVI, sino que nos limitamos a explicar el objetivo para el que fue fundada la compañía y las obligaciones de cada uno de los miembros que otorgaban a los mismos un papel diferencial en la red. El documento que dio origen a la sociedad se firmó en Sevilla por los socios principales en el año de 1520, el total del capital aportado ascendió a más de un millón de maravedíes y la duración inicial estimada fue de unos seis meses, aunque se dilató más del doble del tiempo inicialmente estimado,⁵ debido a la venta a crédito y el difícil cobro de las deudas. El objetivo último era tratar de abrir una conexión mercantil permanente entre Sevilla y la Nueva España, objetivo que finalmente no fue alcanzado dadas las dificultades políticas que existían en la Nueva España y los problemas en la navegación. El texto del documento era bastante claro: se establecía la venta de una cargazón de mercancías adquiridas en Sevilla, junto con la nao en la que van embarcadas, especificando además en qué mercados debía venderse. De los precios no se apunta ningún valor específico adaptando una fórmula más que común en los contratos de la época “que se vendieran a los precios más crecidos”. No obstante, como precio mínimo se apunta una valoración inicial de la cargazón de mercancías.

5 En concreto, Fernando de Castro permaneció en Cuba regentando la compañía 20 meses AGI, Just. 699, n. 2, pieza 2, f. 58.

Figura 1: Organigrama de la compañía

Todos los socios no tenían la misma condición, uno de ellos aportaría la mayor parte de la mercancía y, el otro, sobre todo su trabajo. Podemos considerarlos como socio-capitalista y socio-factor, respectivamente, llevando en el reparto de las ganancias las dos terceras partes el primero y un tercio del beneficio el segundo. El socio-factor además, al aportar su trabajo, recibiría un salario formado por un fijo y una comisión en función de las ventas. El contrato prevé la posibilidad de recibir dietas, valorando económicamente las mismas.

Yten declaramos que yo el dicho Hernando de Castro por beneficiador e hacedor de la dicha hacienda haya yo encomienda de mis costas para mí e para un hombre e para un mozo del comer e del beber e de todas las cosas que necesitara e los vestuarios de ciertas personas y matalotaje y enfermedades de todo ordinariamente y más. Os damos por vuestro trabajo e salario de esta cargazón cuarenta pesos de oro [...].⁶

La distinta condición de los socios nos permite personalizar la problemática principal-factor, es decir, un socio que aporta casi todo el capital y queda en la Península, y otro, que hace las veces de agente comercial, que se marcha a Indias con la mercancía. Las condiciones del negocio se encontraban claramente reguladas (plazos de venta,

6 AGI, Just. 699, n. 2, pieza 2, f. 13.

precios, cantidades o dietas). El problema reside en la posibilidad de que el agente desarrolle un comportamiento oportunista. ¿Cómo evitarlo? Mediante el control ejercido a través de la red.

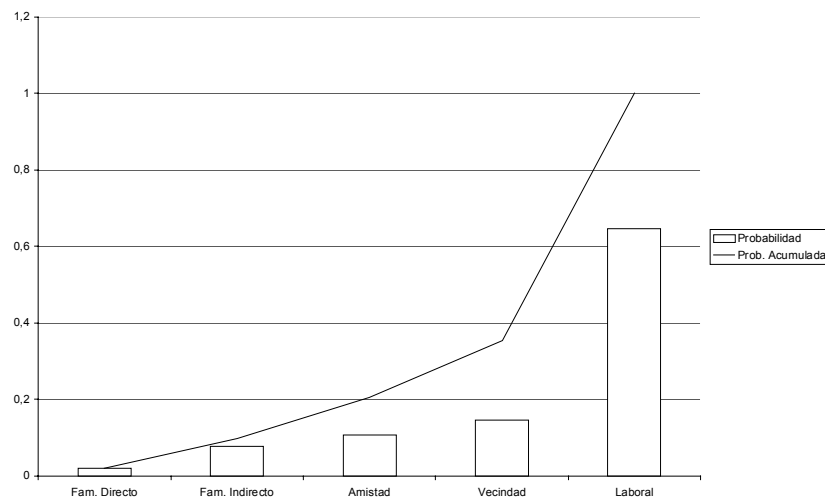
3.1 Los individuos y el rol desempeñado en la red

Siguiendo el modelo diseñado por Grosetti (2005: 295), clasificamos las relaciones entre los integrantes de la red en cuatro tipos: familiares, de trabajo, de vecindad o de amistad (véanse cuadro 1 y figura 2).

Cuadro 1: Número de conexiones

Relación	N ⁷	Porcentaje	P[X=xi]	P[X<xi]
Fam. directo	2	1,96	0,0196	0,0196
Fam. indirecto	8	7,84	0,0784	0,098
Amistad	11	10,8	0,108	0,206
Vecindad	15	14,7	0,147	0,353
Laboral	66	64,7	0,647	1
Total	102	100,0	1,0	

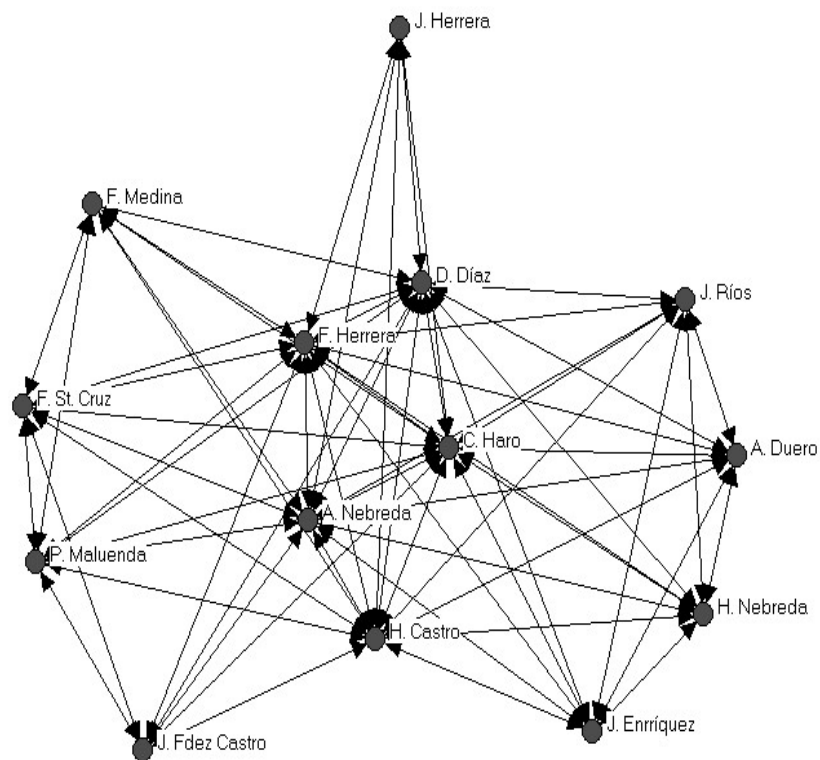
Figura 2: Distribución de Probabilidad



7 “N” denota el número de conexiones entre los miembros de la red.

No obstante, para mayor claridad, incluimos en nuestro análisis dos subcategorías nuevas dado el concepto de familia en el siglo XVI, mucho más amplio que el actual. Hablamos en concreto del familiar directo o indirecto, en la primera categoría incluimos familia nuclear y cónyuge, y en la segunda, la familia extendida, tanto si son parientes propios o políticos. El resultado lo podemos observar en la figura 3; la mayoría de las relaciones son laborales aunque también destacarían los vínculos generados por un origen geográfico común. Menor peso tienen los vínculos familiares, aunque no en igual medida los lazos de parentesco directos o indirectos. A continuación pasemos a examinar de forma más detenida el perfil personal de las partes implicadas en el negocio.

Figura 3: La red burgalesa



Entre los socios destaca Alonso de Nebreda, burgalés de origen converso, casado con María de Villegas, hija del mercader burgalés Sancho de los Ríos.⁸ Algunos autores apuntan que Nebreda fue el típico *self-made-man*: cuando llegó a Sevilla tan sólo poseía una tienda para la venta de semillas y matalahúva, algo más tarde comenzó a comerciar con textiles y fueron sus incursiones en el comercio americano lo que le proporcionó gran fortuna (Pike 2000: 30-31). No obstante, esta versión proporcionada por Pike contiene importantes carencias, puesto que, según la documentación depositada en el Archivo de Indias de Sevilla, Nebreda vivió algún tiempo en Flandes, donde coincidió con Hernando de Castro, Díaz e incluso el mismísimo Cristóbal de Haro. Concretamente vivió en Brujas hasta 1508, fecha en la que se marchó a Sevilla.⁹ Por consiguiente, el origen de su fortuna no se puede atribuir en exclusiva a los excelentes resultados de su aventura americana. Si analizamos con mayor detenimiento sus orígenes, encontramos que su familia perteneció a la burguesía mercantil, pero, al contrario de otros socios, nunca fue de noble linaje. Quizás eso explique sus ansias de nobleza que le llevaron a entroncar con la aristocracia sevillana. En concreto, su hija se casó con Gonzalo de Céspedes (véase figura 4).

Hernando de Castro era el principal socio de Alonso de Nebreda, comerciaron juntos en Flandes e iniciaron también juntos la aventura americana, aunque sin abandonar nunca sus negocios europeos. En este caso, como en la mayoría, la participación en el comercio transatlántico sólo constituyó una pequeña parte del total de inversiones de carácter mercantil. Hernando de Castro era miembro de la aristocracia castellana, su padre, Juan Fernández de Castro, fue uno de los mayores aseguradores de la ciudad de Burgos (Basas Fernández 1954: 159) y su madre, María de Polancos, era miembro de una importante saga de mercaderes burgaleses (Bernal Rodríguez 1992; Otte 1996). Su familia también estuvo implicada en el negocio de la lana, llegando a tener incluso sus propias instalaciones para el tratamiento de la materia prima previo a la exportación (Caunedo del Potro 1983: 59). Se desposó con Juana de Aranda, hija del mercader burgalés Juan de

8 Sobre el matrimonio de Alonso de Nebreda, véase AGI, Just. 1004, n. 5, r. 1.

9 Durante su estancia en Brujas se dedicó al comercio del alumbre, véase Thomas (2001: 396).

Figura 4: Árbol genealógico, familia Nebreda

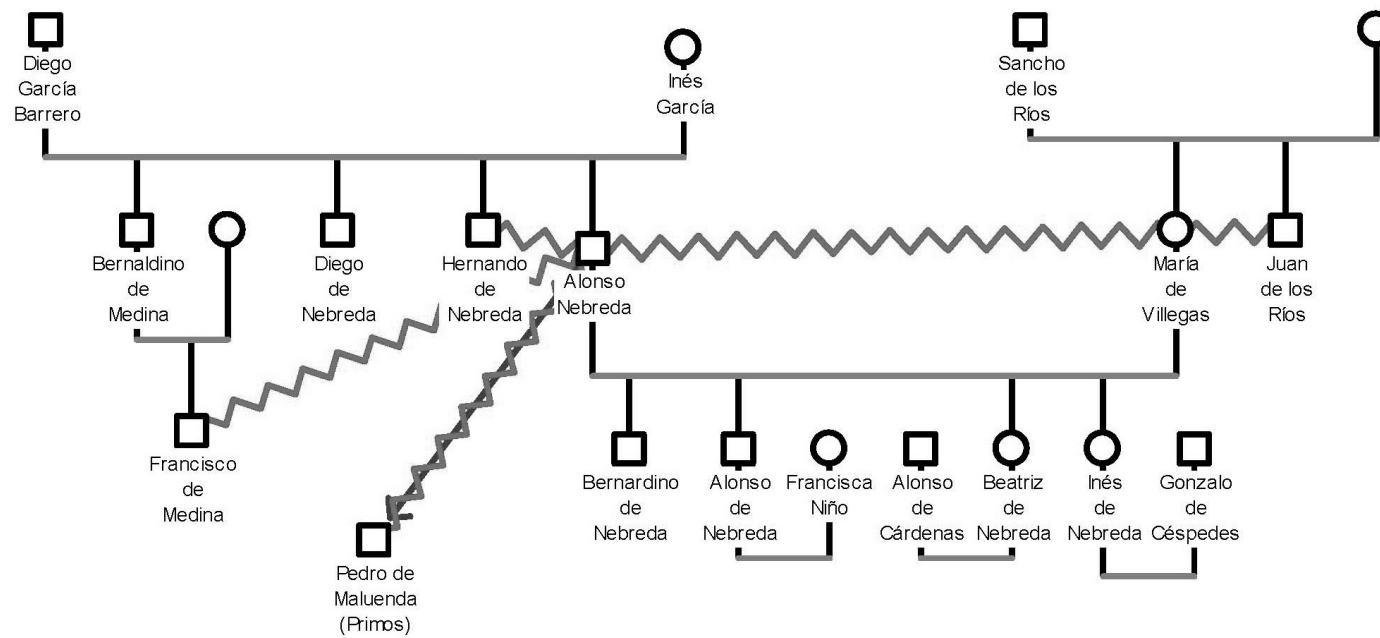
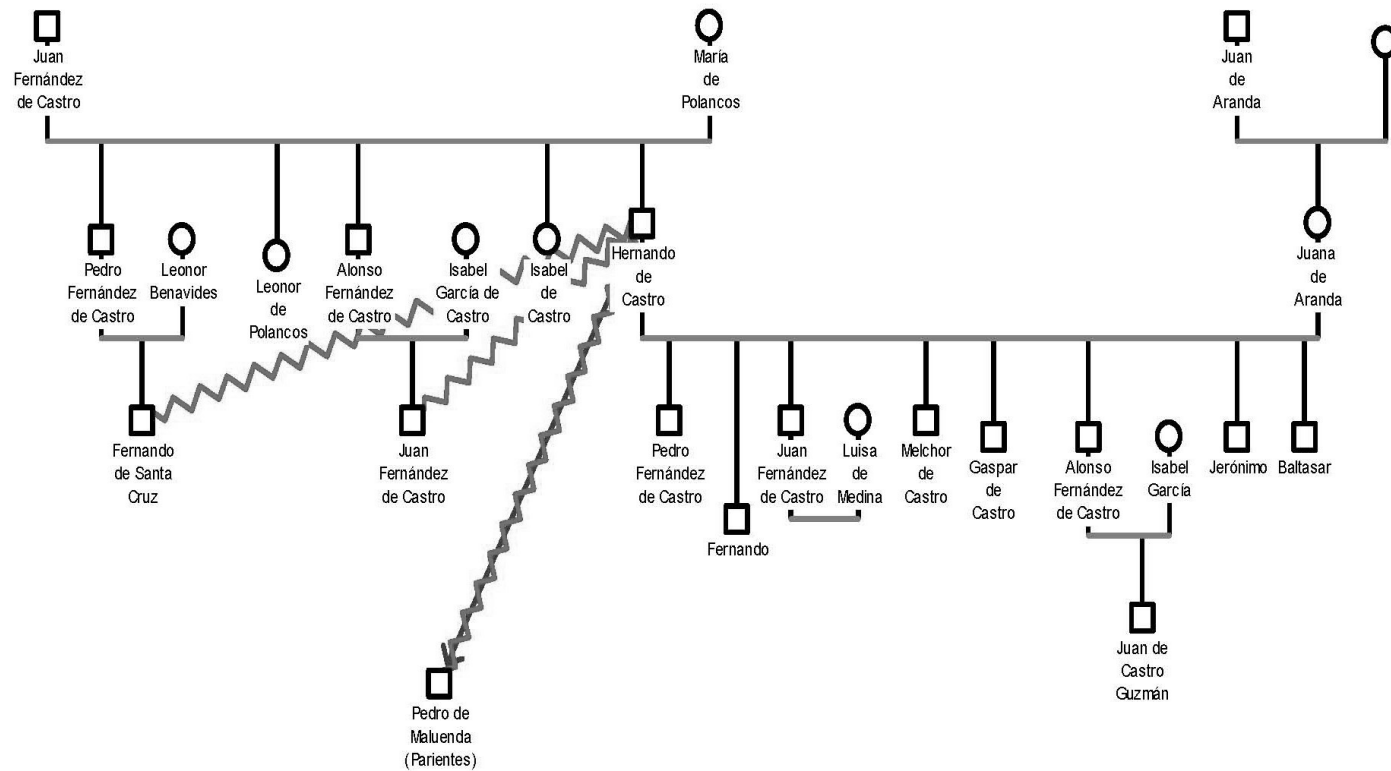


Figura 5: Árbol genealógico, familia Castro



Aranda, con quien también estaba emparentado, por ello necesitaron una dispensa eclesiástica para su matrimonio (Pike 2000: 53-54).

El otro socio de la compañía era Diego Díaz, también de origen burgalés, que permaneció en Sevilla, donde situó el centro de sus actividades llevó a cabo algunos negocios conjuntos con Nebreda. Al igual que el resto de los socios, emparentó por vía matrimonial con otras importantes casas mercantiles burgalesas, concretamente con los Lerma.¹⁰

No se menciona en el documento de concierto en ningún momento que el también mercader burgalés Cristóbal de Haro fuera socio. No obstante, Enrique Otte introduce la hipótesis de que quizás Haro estuviera implicado en el negocio; puede incluso que pusiera parte del capital (Otte 1968a: 111). Esta hipótesis no aparece ni probada ni desmentida por la documentación, por lo que le otorgamos una posición externa en la compañía. Cristóbal de Haro fue uno de los mercaderes burgaleses más conocidos internacionalmente, con una red familiar impresionante, y su fama estaba bien extendida en la Península ibérica. Llegó incluso a ser factor del emperador en la Casa de la Contratación de la Especiería (Basas Fernández 1954: 161).

El encargado de supervisar directamente las ventas de la empresa en Indias fue Hernando de Castro, que hizo las veces de socio-factor. Allí contaría con la ayuda de Hernando de Nebreda y Juan de Ríos, respectivamente hermano y cuñado de Alonso de Nebreda, ambos asentados en Santo Domingo, donde ya actuaban como factores de su pariente. Además Castro nombró como su adjunto en la factoría, que más tarde le sustituiría, al también burgalés Francisco de Herrera. Ésta era la red mercantil permanente pero en ocasiones contaban con otros factores para ventas de cargamentos específicos (véase figura 1) como era el caso de Juan de Herrera,¹¹ Juan Hernández de Castro¹² o el tam-

10 Diego Díaz se casó con la hija de Francisco de Lerma Polanco, véase AGI, Just. 716, n. 3.

11 Juan de Herrera fue factor ocasional para la compañía de los burgaleses y hermano de Francisco de Herrera. Ya hacia finales del siglo XV operaba como mercader en Sevilla. De origen converso, sufrió una quiebra hacia el año de 1482 como consecuencia del embargo de sus rentas durante el periodo inquisitorial en Sevilla, fue arrendador oficial de la renta de las imposiciones, pero narran los documentos que se ausentó de la ciudad no realizando los cobros pertinentes (Gil 2000-2003, I: 132).

bién burgalés Francisco de Medina. Esta trama de conexiones se completa con otras de gran utilidad en el terreno institucional como eran Pedro de Maluenda, nombrado por el mismísimo Cortés tesorero real en Veracruz y primo de Hernando de Castro, o Fernando de Santa Cruz.¹³

4. Información

En economía los sujetos son básicamente agentes decidores en el proceso de toma de decisiones la información juega un papel clave, puesto que en un proceso de elección la alternativa seleccionada por el sujeto dependerá en gran medida de la información disponible (Schmidt 1996: 50). Si hablamos en términos de calidad, podemos decir que entre información y decisión existe una correlación directa, es decir que mientras mejor sea la calidad de nuestra información mejorará la calidad de nuestras decisiones. La información, por tanto, implica beneficios, que aquel oferente que es capaz de anticiparla podrá satisfacer de mejor forma la correspondiente demanda y gozará de ingresos superiores. Es aquí precisamente donde radica la importancia de la información, hasta tal punto que puede definirse la economía como un sistema de información (Casson 2001: 3).

Sin embargo, la adquisición de información no es gratuita, sino que conlleva un coste que incluye las labores de observación, comunicación, memoria o almacenamiento, recuperación y proceso de los datos (Casson/Wadeson 1999: 15). Así, el mercado será eficiente cuando el nivel de precios sea lo suficientemente elevado como para compensar estos costes (Vickers 1995: 219). De esta forma, cuando un individuo posee una información susceptible de valoración económica, la actitud más común es preservarla del uso ajeno quedándosela para sí, o bien venderla. En ambos casos está obteniendo una rentabilidad económica. Mientras que si necesitamos de información de naturaleza económica podemos buscarla por nuestros propios medios, es decir, mediante un proceso de investigación o adquirirla. Menos habituales son las situaciones en las que el poseedor de la información

12 Sobrino de Hernando de Castro, fue factor en Cuba de la compañía de Fernán Vázquez, Tommaso di Fornari y Agostino di Vivaldi. También mantuvo compañía con Juan de Ampíes para la exportación del palo de Brasil (Pike 1978: 171).

13 También estaba emparentado con Hernando de Castro, véase la figura 5.

decide difundirla gratuitamente o bien engañar a los demás expandiendo una información falsa. Otras actitudes atípicas en el buscador de información son el control del individuo poseedor de la información, sobre todo si sabe que está dispuesto a difundirla gratuitamente; en este caso adoptará una actitud de escucha receptiva. Por último, si tuviera dudas de la autenticidad de la información recibida podría tratar de evaluarla o cotejarla con los datos que él mismo posee.

De este modo, podemos intentar establecer una serie de comportamientos paralelos en ambos sujetos (Hirshleifer 1973: 32-33):

Poseedor de información	Buscador de información
Uso privado	Investigación
Venta	Compra
Difusión gratuita	Control, receptivo
Falsedad	Evaluación

4.1 Asimetrías informativas

La información asimétrica surge porque una parte no puede obtener gratuitamente la información que precisa sobre la otra (Arrow 1999: 20): decimos que existe *información privada* o *conocimiento oculto*,¹⁴ que debe ser observable para aquel que la posee pero inobservable para el otro. El hecho de que alguien posea información adicional no significa que necesariamente defraude, a no ser que obtenga una clara ganancia por ese comportamiento. No obstante, si no existen asimetrías informativas no existirá tampoco dicha posibilidad, puesto que el comportamiento de un agente es perfectamente conocido y observable por el otro, entonces puede ejercer un control sobre el mismo.

Estos problemas de información pueden resultar más graves si los combinamos con contratos incompletos, es decir, aquellos que no especifican todas las posibles situaciones que pueden generar incumplimientos totales o parciales, así como las diversas sanciones para los mismos. Es de la combinación de estas circunstancias de lo que se derivan los problemas de azar moral y selección adversa. La *selección adversa* se refiere a la posibilidad de un comportamiento oportunista previo a la firma del contrato, en el cual la posesión de información

14 Originariamente, se usa la terminología inglesa, es decir, se habla de *private information* y *hidden knowledge* (Molho 1997: 2).

privada otorga la posibilidad a una de las partes de mentir sobre sus habilidades. En cuanto al *azar moral*, el comportamiento oportunista se relega al momento tras la firma del contrato cuando las acciones de una de las partes no son totalmente observables por la otra.

4.2 *El proceso de transmisión*

En la actualidad son muchos los canales con los que contamos para la transmisión de la información, sin embargo, durante el siglo XVI sólo existían dos vías: personalmente o por carta. De la información transmitida de forma personal sólo tenemos constancia a través de testimonios prestados en los diversos juicios; mucho más fácil de cotejar es la información que se desprende del intercambio de correspondencia. Aunque en la mayoría de los casos la correspondencia entre las diversas partes implicadas en un negocio es difícil de rastrear, más aún si nos remontamos a periodos tan remotos como el de nuestro análisis. No obstante, siempre existen afortunadas excepciones y ésta es precisamente una de ellas, puesto que se conserva casi la totalidad de la correspondencia intercambiada entre Alonso de Nebreda en Sevilla y sus factores en América.¹⁵

El flujo informativo recogido en dicha correspondencia ha sido reconstruido en la figura 6, en la que el modelo de red destaca precisamente por la capacidad de control ejercida desde la metrópoli. En las mismas cartas se menciona con frecuencia la facilidad para el acceso a la información en Sevilla, en ocasiones, los que permanecen en la capital hispalense poseen más noticias sobre lo que está ocurriendo en México que los estantes en Santo Domingo. De este modo lo refleja el propio Hernando de Castro cuando desde Cuba escribe a su socio en la Península afirmando que:

Y hay menos nuevas aquí que ni en Santo Domingo, ni allá en Sevilla.

Aquí pensé en hallar nuevas de Yucatán, e aún que fuera venido el licenciado Ayllón. E no hallo ninguna nueva más que si estuviera en Sevilla (Otte 1968a: 117).

15 Las cartas originales se encuentran en AGI, Just. 600, n. 2; fueron además publicadas por Enrique Otte (1968a; 1968b) y John Lockhart (1976), respectivamente. No obstante, en ambos casos se estudiaron como ejemplo de correspondencia mercantil limitándose casi en exclusiva a la transcripción de las mismas, careciendo de un análisis económico.

Cuadro 2: Correspondencia interna

Remitente	Lugar origen	Fecha	Destinatario	Lugar destino
Hernando de Castro	Santo Domingo	10.07.1520	Alonso de Nebreda	Sevilla
Hernando de Castro	Santo Domingo	24.07.1520	Alonso de Nebreda	Sevilla
Hernando de Castro	Santo Domingo	31.08.1520	Alonso de Nebreda	Sevilla
Hernando de Castro	Santo Domingo	25.09.1520	Alonso de Nebreda	Sevilla
Hernando de Castro	Santo Domingo	31.12.1520	Alonso de Nebreda	Sevilla
Alonso de Nebreda	Sevilla	12.03.1521	Hernando de Castro	Cuba
Pedro de Maluenda	Veracruz	15.10.1521	Hernando de Castro	Sevilla
Francisco de Herrera	Cuba	05.10.1521	Alonso de Nebreda	Sevilla
Francisco de Herrera	Cuba	08.08.1522	Alonso de Nebreda	Sevilla
Francisco de Herrera	Cuba	21.10.1522	Alonso de Nebreda	Sevilla
Francisco de Herrera	Cuba	20.10.1522	Alonso de Nebreda	Sevilla
Remitente	Lugar origen	Fecha	Destinatario	Lugar destino
Francisco de Herrera	Cuba	04.03.1523	Alonso de Nebreda	Sevilla
Hernando de Castro	Granada	23.03.1523	Alonso de Nebreda	Sevilla
Hernando de Nebreda	Santo Domingo	20.09.1524	Alonso de Nebreda	Sevilla

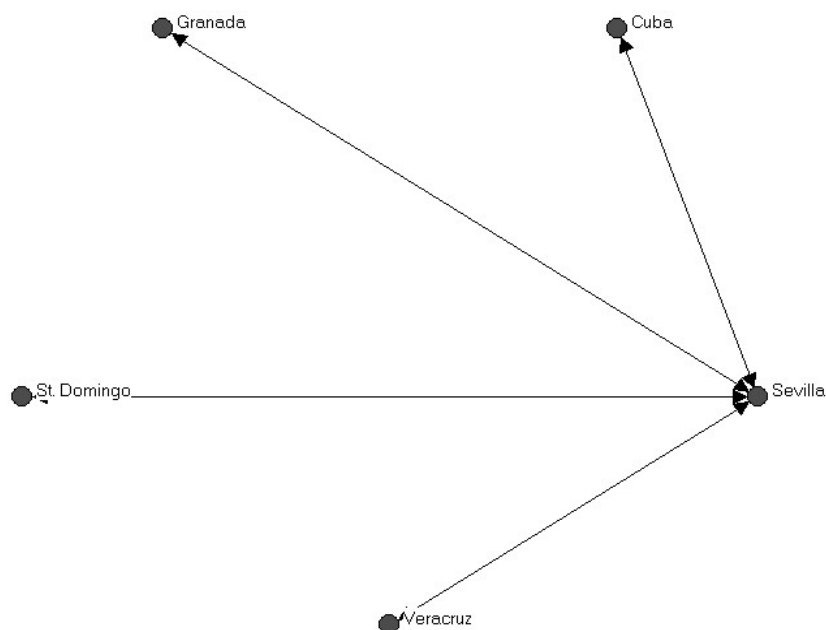
Ayudó mucho a este flujo informativo constante el hecho de la eficiencia en el sistema de correos por las continuas idas y venidas de navíos; al contrario de lo que se suele pensar, el tráfico marítimo transatlántico por esta época era bastante denso. Ya desde el siglo XV contaban los burgaleses con uno de los más eficientes sistemas de correos conocidos, puesto que conocían que el buen funcionamiento de la compañía estaba condicionado por la creación de vías de comunicación permanente entre el principal y su agente. Hasta tal punto que los Reyes Católicos llegaron a utilizar los correos mercantiles de la compañía del burgalés Diego de Soria para llevar las noticias a sus embajadores en el extranjero (Caunedo del Potro 1983: 44).

Hay ocasiones en las que el acceso a la información no es posible. En estos casos las reacciones o decisiones de determinados mercaderes darán pistas a los demás para saber cómo comportarse o para deducir que ellos están en disposición de más información, a partir de la cual actúan. Valga como ejemplo el caso de Alonso de Nebreda cuando escribe desde Sevilla que:

Acá está pregonado que francamente puedan cargar e ir para Yucatán los que quisieren. Empero no veo que nadie carga para allí, creo que pareciéndoles que anda allá todo muy desconcertado también como acá (Otte 1968a: 141).

Se deduce que el burgalés no posee un conocimiento directo de lo que ocurre en el mercado yucateco, pero la actitud de los otros miembros conocidos de la comunidad mercantil le indica que el negocio no es muy lucrativo bien porque los riesgos son excesivos o bien porque la demanda es débil.

Figura 6: Flujo de información



4.3 Veracidad

El problema con la transmisión de la información surge cuando es el agente el que obtiene la información y la transmite al principal; sobre la base de ello, el principal tomará decisiones que afectarán a ambos. Por tanto se plantea el dilema de la transmisión de información certera o bien la búsqueda de la decisión de equilibrio, dado que ambos tienen

funciones de utilidad diferentes. El de la compañía que estudiamos no es un caso aislado y debemos ser conscientes que no toda la información que llegaba a Sevilla era un fiel reflejo de la realidad; así lo corrobora el propio Castro al afirmar que: “Uno es lo que pasa y otro lo que se escribe” (Otte 1968a: 134).

En cualquier caso, si el principal tiene conocimiento de esta posibilidad y puede anticipar el comportamiento del agente, también podrá crear incentivos para asegurarse de que la información es verdadera. Una estrategia desarrollada sería la de usar a terceros que ejerzan una función de vigilancia, de este modo en otra carta el mismo Hernando de Castro cita que: “Y cuando valían ochenta pesos era por otro tiempo, y si no, preguntad a Gaspar Centurión cómo se han vendido lo que allí se han enviado”.¹⁶

4.4 *¿Qué tipo de información es relevante?*

A pesar de que podemos considerar a los participantes en este negocio como profesionales altamente cualificados, su experiencia la habían adquirido en Europa y el mercado americano era un territorio desconocido. El conocimiento de los niveles de demanda en el lugar de destino, los potenciales clientes, las formas de pago, los competidores o la posibilidad de acceso a los productos demandados en el mercado de origen constituía una información básica.

Los agentes enviados al Nuevo Mundo poseían una información de primera mano sobre el mercado en el que operaban. Si hay una característica a resaltar del mismo es su inestabilidad, derivada del momento histórico en el que se escribieron las cartas cargado de constantes luchas políticas:

Yo tengo toda aquella tierra por riquísima, y tengo temor que estas discordias del Fernando Cortés con Diego de Velázquez la han de perder. E si no viene remedio de Castilla, no está para negocios, que todo lo juzgo pasiones y enojos y venganzas que empobrecen a los hombres.¹⁷

En menos de un año la situación cambió radicalmente, así lo afirma Pedro de Maluenda refiriéndose a Veracruz:

De las cosas que para acá son buenas ya lo sabrá, aunque se mudan los tiempos. Agora le hago saber que está la tierra tan falta de todo que pie-

¹⁶ AGI, Just. 600, n. 2, pieza 3, f. 76.

¹⁷ AGI, Just. 600, n. 2, pieza 3, f. 76.

dras se venderían. Que no hay harina ni vino ni ropa ninguna en esta tierra. Y cierto el primero que venga hará buen viaje, porque, como digo, no hay nada en la tierra (Otte 1968b: 259).

Aún más extremo es el caso de Cuba que en el plazo de un mes las noticias que enviaba Francisco de Herrera, factor en la isla, eran totalmente contradictorias:

Porque veo esta isla muy perdida, que no está para negociar. Pero si vienen [las mercaderías], seráme forzado encargarme de ellos, aunque reciba pena por el mal despacho, que no se venderá uno al contado.¹⁸

Y crea vuestra merced si después que llegó el señor Hernando de Castro me hubieran enviado alguna ropa por cualquier cuenta, yo hubiera hecho muy bien de ella. E quisiera fuera de lustra merced, porque aquello le moviera a enviar aquí y tener algún principio de negocios. Que juro por Dios que se hubieran ganado doscientos e incluso trescientos por ciento. E si eso poco que mío me han de enviar o han enviado, no perdería sazón (Otte 1968b: 277).

Contrasta la emergencia del mercado mexicano y el auge continuo del dominicano con la decadencia de la demanda en Cuba, quizás por la emigración hacia otras partes aún por explorar. No obstante, Santo Domingo, aunque salen importantes contingentes poblacionales, continuó siendo la base como puerto principal y el centro de negocios, al menos hasta el descubrimiento de las cuencas argentíferas en la Nueva España y en Perú, pero esto no iba a ocurrir hasta la década de los cuarenta.

Al tratarse de una de las obligaciones principales del factor, son constantes en las cartas las alusiones a la mercancía recibida, cómo es vendida, a qué precios y bajo qué condiciones. Bienes de primera necesidad como harina, vino o aceite, junto con bienes de lujo como los textiles o factores de producción, tales como esclavos, forman la lista de los artículos enviados a Indias. Estos envíos solían hacerse a partir de las estimaciones de la demanda que realizaban los factores, tanto en cuanto al tipo de bienes como a las cantidades e incluso en ocasiones se estimaba también el precio máximo que podía cobrarse, todo ello según las necesidades del mercado.

En ocasiones el exceso de mercancías enviadas a Indias creaba problemas de abastecimiento de bienes básicos en Sevilla. Los monarcas incluso llegaron a prohibir la salida de artículos como trigo o acei-

18 AGI, Just. 600, n. 2, pieza 3, f. 45.

te en épocas de carestía. Alonso de Nebreda informaba desde Sevilla a este respecto:

Mayormente quería que la harina estuviese en pie, porque acá por nuestros pecados hay mucha seca y carestía de pan; que se matan en esta ciudad por ello, e vale hoy a nueve reales fanega. Y con la mucha necesidad que hay de pan esto poco que iba para esas partes lo han sacado de las naos, como más extenso podréis ser informado por el maestre Ambrosio Sánchez, que es la nao que ahora para allá va (Otte 1968a: 140).

En cuanto a las condiciones de venta, ésta se solía hacer a crédito dado el problema de la carestía de moneda en Indias, la escasez de cecas oficiales y los elevados costes de la fundición privada. Por tanto, hay largos periodos, que pueden durar incluso meses, en los que no existe efectivo en circulación aunque sí había oro bruto. La espera de la fundición para saldar cuentas era una práctica muy frecuente, pero suponía para los mercaderes asumir un coste de transacción adicional. Así, del oro que estaba en poder de los factores una parte era enviado a la Península donde resultaba menos costosa la fundición del mismo y otra parte permanecía en el virreinato para suplir las necesidades mínimas de circulación monetaria.

Esta circunstancia explica la existencia de increíbles redes crediticias en el comercio indiano, lo cual no significa que no existiera capital sino tan sólo que éste no tenía carácter amonedable y por tanto era difícil establecer su valor en las transacciones comunes. Por tanto, hay riqueza pero no siempre en forma de dinero físico sino de metales o mercancías. Esta circunstancia no hace disminuir directamente el margen de beneficios, la única consecuencia es que éste se dilata en el tiempo, es decir que es necesaria la venta a crédito y el momento del cobro de las deudas se retrasa: “E habeis señor de tener paciencia si tardaren los dineros, que de esto tengo cuidado grande. Porque, pagando lo que allá se debe, cada uno esperará con su hacienda lo que se le ofreciere” (Otte 1968a: 118).

5. Conclusiones

A lo largo del presente trabajo nos hemos ocupado de describir la actividad económica llevada a cabo por un grupo de individuos con una serie de características comunes y vínculos personales creados a lo largo de los años. La confianza que sustentaba la red mercantil no sólo nació de la reputación de sus miembros sino de relaciones de

amistad o de lazos familiares. La pertenencia a un grupo socialmente marginado, aunque económicamente privilegiado, el de los judeoconversos, debería haber generado un sentimiento de solidaridad entre ellos comportándose como un grupo compacto. Sin embargo, ante un resultado económico inesperado todos estos lazos desaparecen. Ni siquiera es trascendental el hecho de que las mercancías se vendieran a precios lo bastante altos como para elevar el margen de beneficios a más de un 150%. Esta circunstancia no significó nada ante el hecho de que el contrato fuese incumplido, puesto que el negocio se prolongó más del doble de la duración estimada inicialmente. El resultado final fue una denuncia ante la Casa de la Contratación de Sevilla con el consiguiente pleito y apelación que dejó insatisfechas a ambas partes.

Podemos extraer dos conclusiones finales. La primera es que los individuos se comportaban como agentes económicos independientes que buscaban el interés personal y no el del grupo. En este sentido, y sin entrar en cuestiones filosóficas relacionadas con la recta razón, actuaban con racionalidad económica, es decir, maximizando su beneficio. La segunda es la inestabilidad de las redes, puesto que la confianza es difícil de obtener pero fácil de perder.

Bibliografía

- Arrow, Kenneth Joseph (ed.) (1996): *The Rational Foundations of Economic Behaviour: Proceedings of the IEA Conference Held in Turin, Italy*. Houndmills/Basingstoke/Hampshire: Macmillan Press.
- (1999): “Information and the Organization of the Industry”. En: Chichilnisky, Graciela (ed.): *Markets, Information and the Uncertainty*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 19-25.
- Baker, Wayne E./Faulkner, Robert R. (2004): “Social Networks and Loss of Capital”. En: *Social Networks*, 26, pp. 91-111.
- Basas Fernández, Manuel (1954): “Mercaderes burgaleses en el siglo XVI”. En: *Boletín de la Institución Fernán González*, 33, 126-127, pp. 55-67, 156-169.
- Bernal Rodríguez, Antonio Miguel (1992): *La financiación de la Carrera de Indias (1492-1824): dinero y crédito en el comercio colonial español con América*. Sevilla: Fundación El Monte.
- Cantera Burgos, Francisco (1952): *Alvar García de Santa María. Historia de la judería de Burgos y de sus conversos más egregios*. Madrid: Instituto Arias Montano/CSIC.
- Casson, Mark (2001): *Information and Organization. A New Perspective on the Theory of the Firm*. Oxford: Oxford University Press.

- Casson, Mark/Wadeson, Nigel (1999): "Information Cost, Protocols and Boundaries of the Firm". En: Down, Sheila C./Earl, Peter E.: *Contingency, Complexity and the Theory of the Firm: Essays in Honour of Brian J. Loasby*. Vol. II. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 14-39.
- Caunedo del Potro, Betsabe (1983): *Mercaderes castellanos en el Golfo de Vizcaya, 1475-1492*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Chichilnisky, Graciela (ed.) (1999): *Markets, Information and the Uncertainty*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Domínguez Ortiz, Antonio (1978): *Los judeoconversos en España y América*. Madrid: Ediciones Istmo.
- Down, Sheila C./Earl, Peter E. (1999): *Contingency, Complexity and the Theory of the Firm: Essays in Honour of Brian J. Loasby*. Vol. II. Cheltenham: Edward Elgar.
- Dutta, Bhaskar/Jackson, Matthew (eds.) (2002): *Network and Groups. Models of Strategic Formation*. Berlin: Springer.
- Favier, Jean (1998): *Gold and Spices. The Rise of Commerce in the Middle Ages*. New York: Holmes & Meiers Publishers, Inc.
- Gil, Juan (2000-2003): *Los Conversos y la Inquisición Sevillana*. 8 vols. Sevilla: Universidad de Sevilla/Fundación El Monte.
- Granovetter, Mark S. (1985): "Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness". En: *American Journal of Sociology*, 91, 3, pp. 481-510.
- Greif, Avner (1993): "Contract Enforceability and Economic Institutions in Early Trade: The Maghribi Traders' Coalition". En: *American Economic Review*, 83, 3, pp. 525-548.
- Grosetti, Michel (2005): "Where do Social Relations come from? A Study of Personal Networks in the Toulouse area of France". En: *Social Networks*, 27, 4, pp. 289-300.
- Hirshleifer, Jack (1973): "Where are we in the Theory of Information". En: *The American Economic Review*, 63, 2, pp. 31-39.
- Lockhart, James (1976): *Letters and People of the Spanish Indies, Sixteenth Century*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Martz, Linda (2002): *A Network of Converse Families in the Early Modern Toledo. Assimilating a Minority*. Michigan: The Michigan University Press/Ann Arbor.
- Molho, Ian (1997): *The Economics of Information, Lying and Cheating in Markets and Organizations*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Ogilvie, Sheilagh/Dessi, Roberta (2003): "Social Capital and Collusion: The Case of Merchant Guilds". En: *CESifo Working Paper*, 1037, Category 10: Empirical and Theoretical Methods (Economic), pp. 1-35.
- Otte, Enrique (1968a): "Mercaderes burgaleses en el inicio del comercio con México". En: *Historia Mexicana*, 18, 1, pp. 108-145.
- (1968b): "Mercaderes burgaleses en el inicio del comercio con México". En: *Historia Mexicana*, 18, 2, pp. 258-285.
- (1996): *Sevilla y sus mercaderes a fines de la Edad Media*. Sevilla: Universidad de Sevilla/Fundación El Monte.

- Pike, Ruth (1978): *Aristócratas y comerciantes: la sociedad sevillana en el siglo XVI*. Barcelona: Ariel.
- (2000): *Linajudos and Conversos in Seville: Greed and Prejudice in the Sixteenth and Seventeenth Century Spain*. New York: Lang.
- Schmidt, Christian (1996): “Paradoxes of Rationality in Decision-Making Theory”. En: Arrow, Kenneth Joseph (ed.): *The Rational Foundations of Economic Behaviour: Proceedings of the IEA Conference Held in Turin, Italy*. Houndmills/Basingstoke/Hampshire: Macmillan Press, pp. 49-77.
- Thomas, Hugh (2001): *Quién es quién de los conquistadores*. Barcelona: Salvat.
- Thompson, Grahame F. (2003): *Between Hierarchies and Markets. The Logic and Limits of Network Forms of Organization*. Oxford: Oxford University Press.
- Vickers, Douglas (1995): *The Tyranny of the Market. A Critique of Theoretical Foundations*. Michigan: The University of Michigan Press.